

PRIMO PIANO

Compagnie italiane all'estero

Nel 2018 le imprese di proprietà italiana hanno raccolto oltreconfine 46,1 miliardi di euro di premi, pari a un terzo della loro raccolta totale in Italia e all'estero. È quanto emerge dall'ultimo bollettino statistico dell'Ivass, che illustra i dati sulla presenza delle compagnie assicurative italiane all'estero e su quella delle compagnie See sul mercato italiano. Di questi 46,1 miliardi, 30,5 miliardi sono stati raccolti nei rami vita e 15,6 miliardi nei rami danni. L'Ivass non ha rilevato variazioni sostanziali rispetto al 2017.

Per quanto riguarda la raccolta in Italia delle controllate estere di proprietà italiane, è stata di 5,9 miliardi, in diminuzione del 35%, ed è stata effettuata quasi esclusivamente nei rami vita. Le imprese di proprietà estera hanno raccolto in Italia 68,9 miliardi di euro (+12,2% rispetto al 2017), pari al 43% dei premi complessivamente raccolti sul territorio nazionale (160,7 miliardi). Nel dettaglio, 48,7 miliardi sono riferiti all'attività di imprese estere con sede legale in Italia e vigilate dall'Ivass, 9,9 miliardi a rappresentanze See vigilate da autorità estere, e 10,3 miliardi all'attività in libera prestazione di servizi dall'estero.

Nella riassicurazione, le imprese di proprietà italiana raccolgono 6,3 miliardi di euro per premi del lavoro diretto all'estero, senza variazioni rispetto al 2017.

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Qualità e professionalità, gli strumenti di Verspieren per crescere

Una strategia multirischio con specializzazioni di nicchia e possibilità di entrare in nuovi promettenti mercati: il braccio italiano del broker indipendente francese rilancia la sua azione guardando anche alla possibilità di nuove acquisizioni

Crescere con qualità, rilanciando il ruolo centrale della professionalità, del rispetto dei ruoli e delle specializzazioni nel settore assicurativo e del brokeraggio. È questa la rinnovata mission del broker **Verspieren** in Italia, presentata ieri a Milano nel corso di un evento per la stampa alla presenza del top management: il presidente, **Pierluigi Mugnani**, e gli amministratori delegati, **Ernesto Boerci** e **Carlo Marietti Andreani**.

Il gruppo francese Verspieren è un importante broker indipendente a controllo familiare con 139 anni di storia, 2.300 collaboratori tra Francia, Italia, Svizzera, Spagna, Inghilterra e Portogallo. Grazie all'alleanza con il broker americano **A.J. Gallagher** e **Funk Gruppe**, terzo broker tedesco, nonché a un proprio network di 105 broker locali in partnership, Verspieren opera in 140 Paesi.

Nel 2018, i premi intermediati hanno superato 3,8 miliardi di euro, di cui il 70% nel settore corporate e il restante il 30% diviso tra gruppi d'acquisto e clientela retail.

LA STRADA DEL WELFARE

In Italia, con 50 tra dipendenti e collaboratori, la società intermedia premi per 50 milioni di euro, pari a circa cinque milioni di provvigioni. La stima di crescita per il 2019 è del 12%, e dalla sua fondazione in Italia, nel 2011, il broker è cresciuto sempre a doppia cifra, ha precisato il presidente Mugnani. "Entro i prossimi due anni - ha spiegato - solo attraverso la crescita interna, il gruppo in Italia vuole aumentare il proprio giro d'affari di oltre il 20%". Pur essendo un broker generalista, Verspieren Italia può vantare specializzazioni in rischi industriali, enti pubblici, aviation e automotive, senza tralasciare i rischi di trasporti marittimi, costruzioni, medical, employee benefits, fine art e affinity.

Come ha sottolineato l'ad Boerci, "Verspieren vede grandi possibilità di sviluppo nell'affinity, come organizzazioni o associazioni, perché questo mercato sarà sempre più strategico". (continua a pag. 2)



Il presidente, Pierluigi Mugnani, e gli amministratori delegati, Ernesto Boerci e Carlo Marietti Andreani

INSURANCE CONNECT È SU TWITTER

Seguici cliccando qui

(continua da pag. 1) In questo ambito si inserisce la collaborazione con la cassa di assistenza **AreaSalus**, grazie alla quale il broker è entrata nel settore del welfare. A spiegarlo è stato l'altro amministratore delegato, Carlo Marietti Andreani: "la sanità integrativa – ha detto – è un mercato complesso che ha bisogno di specializzazione e il welfare aziendale, tramite il quale gli imprenditori possono fornire benefit e servizi ai dipendenti ottenendo benefici fiscali, ha avuto una grossa spinta dalle recenti normative. Noi siamo stati tra i primi a utilizzare le casse di assistenza sanitaria per fornire trattamenti assistenziali previsti dai contratti collettivi di lavoro e dagli eventuali contratti integrativi aziendali".

LE POSSIBILITÀ DI CRESCITA

Marietti si è riferito anche alla sua precedente esperienza con **Area Brokers**, di cui è stato il fondatore. Area Brokers è stata la principale acquisizione in Italia di Verspieren, avvenuta nel 2017, ma non l'unica. Anzi, è proprio attraverso partnership e ulteriori acquisizioni che il gruppo vuole continuare a crescere nel nostro Paese; magari anche ampliando la presenza territoriale, che attualmente conta la sede principale di Milano e quelle di Treviso, Napoli e Trieste, quest'ultima aperta proprio quest'anno. "Per il nostro gruppo – ha affermato Mugnani – il mercato italiano è strategico. Questo non significa però puntare ad acquisizioni con il solo obiettivo dei numeri. Siamo pronti a cogliere le buone opportunità quando si presenteranno, guardando prima di tutto alla qualità del business e al valore delle persone, siano esse clienti, collaboratori, partner". Attualmente, hanno rivelato i vertici di Verspieren Italia, il dialogo con alcuni player (principalmente due) è aperto e l'auspicio ("molto ottimistico", ha precisato il presidente) è di chiudere le operazioni già entro l'anno.

Intanto, negli ultimi due anni è stata progettata e poi lanciata la copertura di Rc medica per i liberi professionisti, grazie al contributo di **Cinzia Altomare** che ha lavorato con il broker per la scrittura del contratto.

NON ACCONTENTARSI DELLA STANDARDIZZAZIONE

Il settore della Rc sanitaria è proprio uno di quelli su cui Verspieren Italia vuole investire di più ma con qualità e professionalità. "Vogliamo operare in questo mercato così complesso in modo diverso – ha detto Marietti –, anche perché in molti sono entrati e se ne sono andati velocemente. Secondo noi, non si può fare così: ci siamo dati tempo per scrivere i contratti, come si faceva una volta il mestiere del broker, senza accontentarsi dei testi di polizza standardizzati che ci vengono offerti dalle compagnie". La legge Gelli ha modificato radicalmente nel 2017 l'assetto della responsabilità medica in Italia e Verspieren è convinta di essere in grado di offrire la propria competenza a professionisti e strutture sanitarie per proteggere la loro attività nel rispetto delle norme.

Il broker cercherà anche di importare dalla Francia alcuni strumenti di successo che possono essere adattati anche al mercato italiano: dai rischi politici a quelli di credito commerciale, fino a un nuovo modo, sempre parlando di Rc sanitaria, di assistere il medico in caso di sinistro. Senza dimenticare i rischi emergenti, come quello cyber, su cui però occorre fare valutazioni e studi importanti perché, anche in questo settore, l'approccio di Verspieren Italia vuole essere artigianale e personalizzato per specifici clienti.



Fabrizio Aurilia



SOCIETÀ E RISCHIO
L'INFORMAZIONE PER UN MONDO CHE CAMBIA

RIVISTA ON LINE DI CULTURA
DEL RISCHIO E CULTURA ASSICURATIVA

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

www.societaerischio.it



DALLE AZIENDE

Digitalizzazione, una nuova leva strategica per gli agenti

Per restare centrali nel mercato della distribuzione, gli intermediari tradizionali dovranno diventare consulenti a 360°, in un'ottica di ecosistema, supportati dall'ausilio di strumenti digitali adeguati

Anche nell'era della digitalizzazione l'agente resta un punto di riferimento nel mercato, verso cui i clienti continuano a riporre la loro fiducia. I dati sulla ripartizione delle quote di mercato della distribuzione assicurativa vedono ancora gli agenti come i leader della distribuzione nel ramo danni italiano.

Secondo **Insurance Europe**, nel 2016 il 77% delle polizze del settore non vita in Italia è stato venduto da agenti assicurativi. Ma anche in altri Paesi europei, come il Lussemburgo e la Germania, gli agenti hanno significative quote di mercato, rispettivamente il 54% e il 48% delle vendite totali nel segmento vita.

Gli agenti rimangono i consulenti di fiducia degli assicurati: secondo **Accenture**, all'interno di quasi tutti i segmenti, i clienti considerano gli agenti come il canale più rilevante e affidabile per richiedere una consulenza o un consiglio. Non solo. L'Università di St. Gallen, in Svizzera, ha di recente condotto diversi studi di assicurazione comportamentale che mostrano come gli agenti siano più efficaci rispetto ai canali online nel *lock-in* d'acquisto da parte dei potenziali clienti finali.

Il ruolo degli agenti si mantiene cruciale. La scelta di un servizio assicurativo è determinata da fattori estremamente complessi che richiedono una consulenza personalizzata (human-to-human). Ma tutto questo potrebbe cambiare.

Adattarsi per vincere

Cosa potrebbe accadere nel prossimo futuro? Oggi alcuni fra i modelli di business vincenti si basano su partnership fra player che creano sinergie fra le rispettive aree di expertise, con il fine di fornire ai propri clienti un vero e proprio ecosistema di servizi invece che singole soluzioni. Ogni operatore apporta le proprie esclusive competenze di

prodotto, e questo si traduce in consulenze su misura, prodotti più completi e maggiore qualità dei servizi post-vendita, proprio quello che Axa aveva immaginato già nel 2015, insieme ad altri player di mercato.

Per sfruttare l'intero potenziale di questa proposta di valore, gli agenti devono affidarsi a strumenti digitali. Un sistema di *Customer relationship management* (Crm) tanto per cominciare, che grazie ad avanzati modelli di analisi dei bisogni del cliente permette agli agenti di proporre offerte personalizzate. Ma è soltanto un inizio.

Creare ecosistemi e cavalcare la digitalizzazione

Nel futuro più prossimo, le compagnie assicurative dovranno supportare gli agenti nell'affrontare le sfide di un consumatore in continua evoluzione. Gli assicuratori più lungimiranti forniranno ai loro agenti piattaforme con cui avere una visione del cliente a 360°, basate su sistemi di analisi dei dati e insight sulle preferenze e sui bisogni degli assicurati.

Le compagnie che sapranno cavalcare più efficacemente l'innovazione si spingeranno oltre, integrando tali piattaforme con i portali clienti: in questo modo, gli agenti potranno rimanere gli interlocutori di fiducia anche per il nuovo cliente interconnesso.

Gli agenti che diventeranno consulenti a 360°, in un'ottica di ecosistema e non soltanto di soluzione, grazie all'ausilio di strumenti digitali adeguati, saranno coloro che riusciranno a tracciare con successo la propria rotta sulle acque dell'oceano digitale.

Daniele Marotta,
Consulente Insurance, Comarch

Scopri tutte le soluzioni digitali per assicuratori leader di innovazione: <https://www.comarch.it/finanza/insurance/comarch-digital-insurance/>



COMPAGNIE

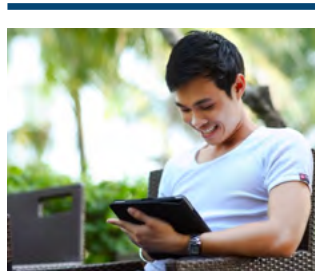
Il co-marketing di Axa e Philips

La collaborazione tra le due organizzazioni dà origine a Wellness Smart, polizza offerta gratuitamente a chi acquista prodotti tecnologici orientati al benessere

Axa Partners, società del gruppo **Axa** che si occupa di soluzioni provenienti dalla divisione **Axa Innovation**, stringe una partnership con la multinazionale olandese della tecnologia **Philips** all'insegna del co-marketing nell'ambito della salute e della cura della persona. L'idea è di proporre al cliente un percorso finalizzato al benessere che include la prevenzione e l'adesione a stili di vita sani, ma anche la consulenza e l'assistenza sanitaria.

Per realizzarlo, Philips offre una gamma dei propri prodotti per la cura della persona, la pulizia della casa e della cucina, a cui Axa Partners associa la polizza **Wellness Smart**.

Il cliente che raggiunge un valore minimo di acquisto da un catalogo di prodotti selezionati nel sito Philips otterrà gratuitamente per un anno la copertura **Wellness Smart**. La poliz-



za comprende assistenza medica d'urgenza, assistenza sanitaria con invio a domicilio di un medico, di un pediatra o di un'ostetrica e include il servizio **My Doctor**, un supporto di assistenza h24 accessibile tramite chiamata telefonica o video chiamata su una linea dedicata. **Wellness Smart** permette inoltre l'accesso a un network di strutture convenzionate, prestazioni specialistiche e check-up personalizzati per tutta la durata della copertura assicurativa.

Maria Moro

ASSIMEDICI®

CONSULENZA ASSICURATIVA MEDICI

ASSICURARE LE STRUTTURE SANITARIE

SPEEDYQUOTATION

www.sanitaassicurata.net

Quotazione preliminare per le STRUTTURE SANITARIE

PER INFORMAZIONI:

Cell. (+39) 392.90.42.265 - Tel. (+39) 02.91.98.33.94

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

T: 02.36768000 E-mail: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 28 novembre di www.insurancetrade.it - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577